

# 2020年中国电子商务市场分析报告- 行业格局现状与盈利前景预测

报告大纲

观研报告网

[www.chinabaogao.com](http://www.chinabaogao.com)

## 一、报告简介

观研报告网发布的《2020年中国电子商务市场分析报告-行业格局现状与盈利前景预测》涵盖行业最新数据，市场热点，政策规划，竞争情报，市场前景预测，投资策略等内容。更辅以大量直观的图表帮助本行业企业准确把握行业发展态势、市场商机动向、正确制定企业竞争战略和投资策略。本报告依据国家统计局、海关总署和国家信息中心等渠道发布的权威数据，以及我中心对本行业的实地调研，结合了行业所处的环境，从理论到实践、从宏观到微观等多个角度进行市场调研分析。

官网地址：<http://baogao.chinabaogao.com/hulianwang/477368477368.html>

报告价格：电子版: 8200元 纸介版：8200元 电子和纸介版: 8500

订购电话: 400-007-6266 010-86223221

电子邮箱: sale@chinabaogao.com

联系人: 客服

特别说明：本PDF目录为计算机程序生成，格式美观性可能有欠缺；实际报告排版规则、美观。

## 二、报告目录及图表目录

电子商务简称电商，主要是指在互联网、内部网和增值网等品台用电子交易方式进行交易活动和相关服务活动。

近年来随着互联网的不断渗透，以及居民消费观念的改变，通过网络购物的人越来越多了。有数据显示，2020年中国网民规模为9.89亿人。其中我国网络购物用户规模达到了7.82亿人，占网民整体的79.1%。

2014-2020年中国网民规模情况 数据来源：CNNIC

2016-2020年我国网络购物用户规模及使用率情况 数据来源：CNNIC

随着网络购物的用户不断增多，其实市场也在不断增大，网上零售额实现稳定增长。尤其是2020年，在全年度社会消费品零售总额下降3.9%的背景下，网上零售同比增幅仍能保持在10%以上速。根据国家统计局公布数据，2020年我国网上零售额为117601亿元，同比增幅10.9%。可见目前我国国内电商市场发展仍强劲。

2016-2020年我国网上零售额情况 数据来源：商务部（WW）

### 【报告大纲】

#### 第一章电子商务概述

##### 1.1电子商务相关介绍

###### 1.1.1电子商务的概念

###### 1.1.2电子商务的分类

###### 1.1.3电子商务的作用

###### 1.1.4电子商务的系统

##### 1.2电子商务的发展

###### 1.2.1电子商务发展优势

###### 1.2.2电子商务发展历程

###### 1.2.3电子商务发展环境

###### 1.2.4电子商务网站规则

#### 第二章2017-2020年世界电子商务行业分析

##### 2.1世界电子商务发展状况

###### 2.1.1全球发展形势

###### 2.1.2市场发展特点

###### 2.1.3基础条件分析

###### 2.1.4行业发展规模

###### 2.1.5区域发展分析

## 2.2世界电子商务立法概况

### 2.2.1国际电子商务立法基本情况

### 2.2.2国际电子商务合同法发展解读

### 2.2.3世界电子商务认证机构管理方式

### 2.2.4全球电子商务监管进展

### 2.2.5全球电子商务政策趋势

## 2.3美国

### 2.3.1市场发展特点

### 2.3.2市场支撑体系

### 2.3.3市场发展规模

### 2.3.4企业竞争格局

### 2.3.5未来发展趋势

## 2.4欧盟

### 2.4.1市场发展特点

### 2.4.2市场支撑体系

### 2.4.3市场发展规模

### 2.4.4区域市场分布

## 2.5日本

### 2.5.1整体商业环境

### 2.5.2市场发展特点

### 2.5.3市场发展规模

### 2.5.4市场发展展望

## 2.6韩国

### 2.6.1市场发展特点

### 2.6.2整体市场发展规模

### 2.6.3移动端发展状况

### 2.6.4区域市场优势

## 2.7其他国家

### 2.7.1俄罗斯

### 2.7.2印度

### 2.7.3澳大利亚

### 2.7.4新西兰

### 2.7.5越南

### 2.7.6巴西

### 2.7.7柬埔寨

### 第三章2017-2020年中国电子商务行业发展综合分析

#### 3.1中国电子商务行业发展现状

##### 3.1.1行业法治建设推进

##### 3.1.2技术创新驱动发展

##### 3.1.3行业数字化的特点

##### 3.1.4协同发展试点示范

##### 3.1.5行业国际化的进程

#### 3.2中国电子商务产业园区发展分析

##### 3.2.1电商产业园基本概述

##### 3.2.2电商产业园发展阶段

##### 3.2.3电商产业园发展规模

#### 3.3传统企业转型电子商务态势

##### 3.3.1电商提升企业竞争力

##### 3.3.2制造业企业转型趋势

##### 3.3.3转型电商面临的困境

##### 3.3.4传统企业转型的策略

#### 3.42017-2020年主要地区电子商务发展概况

##### 3.4.1区域格局

##### 3.4.2北京市

##### 3.4.3上海市

##### 3.4.4重庆市

##### 3.4.5广东省

##### 3.4.6江苏省

##### 3.4.7浙江省

##### 3.4.8江西省

##### 3.4.9山东省

##### 3.4.10福建省

#### 3.5电子商务行业盈利模式剖析

##### 3.5.1基本盈利模式

##### 3.5.2企业盈利探索

##### 3.5.3企业赢利原则

##### 3.5.4盈利关键点

#### 3.6中国电子商务行业存在的问题及策略

##### 3.6.1行业发展存在问题

3.6.2行业发展制约因素

3.6.3中小企业电商隐忧

3.6.4客户关系管理措施

3.6.5行业发展基本原则

3.6.6行业发展模式选择

3.6.7行业发展对策建议

#### 第四章2017-2020年中国电子商务市场分析

4.12017-2020年中国电子商务市场的发展

4.1.1市场交易规模

4.1.2网上零售规模

4.1.3区域市场格局

4.1.4市场就业形势

4.2电子商务市场目标客户群体分析

4.2.1目标明确客户

4.2.2目标不是很明确

4.2.3无目标的游客

4.3电子商务市场消费心理分析

4.3.1制约电商的心理因素

4.3.2现代企业的应对策略

4.3.3消费心理的变化趋势

4.4中国电子商务网站发展分析

4.4.1电子商务网站特点

4.4.2用户体验评价要素

4.4.3网站运营模式创新

4.4.4电商网站成本构成

4.4.5电商网站建设问题

4.4.6电商网站建设建议

4.5电子商务市场竞争状况

4.5.1电商竞争主要方面

4.5.2电商企业竞争格局

4.5.3电商企业竞争策略

4.5.4海外竞争力提升战略

4.5.5未来电商竞争形势

4.5.6电子商务竞争趋势

## 第五章2017-2020年中国跨境电子商务市场深度分析

### 5.1中国跨境电商行业发展分析

#### 5.1.1行业发展历程

#### 5.1.2行业特征分析

#### 5.1.3行业升级发展

#### 5.1.4服务体系完善

### 5.22017-2020年中国跨境电子商务市场运行分析

#### 5.2.1市场交易规模

#### 5.2.2区域发展状况

#### 5.2.3用户画像分析

#### 5.2.4市场发展特点

### 5.3中国跨境电商商业模式分析

#### 5.3.1商业模式概述

#### 5.3.2商业模式份额

#### 5.3.3按运营模式分类

#### 5.3.4按经营品类分类

#### 5.3.5按清关模式分类

### 5.4中国跨境电商行业发展问题分析

#### 5.4.1关税征收不明确

#### 5.4.2支付体系不成熟

#### 5.4.3物流配套不健全

#### 5.4.4监管体系不完善

#### 5.4.5电商走出去挑战

### 5.5中国跨境电商行业发展建议

#### 5.5.1完善关税体制

#### 5.5.2健全支付体系

#### 5.5.3创新物流模式

#### 5.5.4强化跨境监管

## 第六章2017-2020年B2B电子商务模式分析

### 6.1中国B2B电子商务基本概况

#### 6.1.1B2B基本内涵

#### 6.1.2B2B成本分析

#### 6.1.3B2B模式分析

## 6.22017-2020年中国B2B电子商务市场的发展

### 6.2.1 市场发展历程

### 6.2.2 市场发展变化

### 6.2.3 市场交易规模

### 6.2.4 电商营收规模

## 6.32017-2020年B2B电子商务竞争分析

### 6.3.1 企业竞争格局分析

### 6.3.2 上市公司市值排名

### 6.3.3 上市企业运营状况

### 6.3.4 新三板企业运营状况

### 6.3.5 “独角兽”企业分布

### 6.3.6 主要竞争手段分析

### 6.3.7 B2B渠道竞争分析

## 6.4B2B电子商务市场融资状况分析

### 6.4.1 融资规模状况

### 6.4.2 重点融资事件

### 6.4.3 融资金额分布

### 6.4.4 融资领域分布

### 6.4.5 融资轮次分布

### 6.4.6 融资地域分布

## 6.5B2B电子商务发展的问题及解决策略

### 6.5.1 深陷诚信困扰

### 6.5.2 综合B2B问题

### 6.5.3 B2B面临困境

### 6.5.4 发展策略分析

### 6.5.5 B2B优化策略

### 6.5.6 成功运营准则

## 6.6中国B2B电子商务发展的前景及趋势

### 6.6.1 行业发展机遇

### 6.6.2 行业发展方向

### 6.6.3 竞争趋势分析

### 6.6.4 B2B纵深化发展

## 第七章2017-2020年电子商务其他经营模式分析

### 7.1B2C（企业对消费者）



### 7.1.1B2C模式概述

### 7.1.2B2C市场发展规模

### 7.1.3B2C电商发展特点

### 7.1.4B2C市场竞争格局

### 7.1.5B2C电商企业动态

### 7.1.6B2C跨境电商平台

### 7.1.7跨境B2C影响因素

### 7.1.8B2C电商营销模式

### 7.1.9B2C市场发展趋势

## 7.2C2C（消费者对消费者）

### 7.2.1C2C模式的概念

### 7.2.2C2C电商发展特征

### 7.2.3C2C消费影响因素

### 7.2.4C2C电商市场规模

### 7.2.5C2C典型电商平台

### 7.2.6C2C存在的问题

### 7.2.7C2C电商发展战略

## 7.3C2B（消费者对企业）

### 7.3.1C2B电商概念

### 7.3.2发展演进阶段

### 7.3.3C2B产生基础

### 7.3.4C2B商业模式

### 7.3.5C2B典型案例

### 7.3.6未来发展策略

### 7.3.7模式转变方向

## 7.4O2O（离线商务模式）

### 7.4.1O2O模式概念

### 7.4.2O2O模式分类

### 7.4.3O2O网站特征

### 7.4.4O2O发展背景

### 7.4.5主要应用领域

### 7.4.6外卖O2O市场

### 7.4.7社区O2O模式

### 7.4.8典型平台布局

### 7.4.9O2O应用关键

#### 7.4.10零售O2O发展趋势

#### 7.5S2B2C

##### 7.5.1模式基本内涵

##### 7.5.2模式运作流程

##### 7.5.3模式应用条件

##### 7.5.4模式应用机遇

##### 7.5.5模式发展建议

### 第八章2017-2020年移动电子商务发展分析

#### 8.1移动电子商务概述

##### 8.1.1移动电子商务含义

##### 8.1.2移动电子商务优点

##### 8.1.3移动电商主要技术

#### 8.2利用移动技术实施直面客户电子商务模式

##### 8.2.1模式实施基础

##### 8.2.2移动技术影响

##### 8.2.3选择模式策略

#### 8.32017-2020年中国移动电子商务市场分析

##### 8.3.1移动电商发展历程

##### 8.3.2移动网购市场规模

##### 8.3.3移动电商的渗透率

##### 8.3.4移动电商用户数量

##### 8.3.5移动电商竞争格局

#### 8.4移动电子商务发展中的问题及解决策略

##### 8.4.1发展阻碍因素

##### 8.4.2移动电商问题

##### 8.4.3经营问题及对策

##### 8.4.4创新发展策略

##### 8.4.5移动电商营销策略

##### 8.4.6移动电商发展建议

#### 8.5移动电子商务的市场前景及趋势

##### 8.5.1市场发展机遇

##### 8.5.2行业未来前景

##### 8.5.3行业发展趋势

## 第九章电子商务对企业的影响

### 9.1电子商务环境下对传统会计的影响

#### 9.1.1对传统会计环境的影响

#### 9.1.2对相关会计要素的影响

#### 9.1.3对传统会计模式的影响

#### 9.1.4传统会计明细信息变化

#### 9.1.5电子商务下会计面临的问题

#### 9.1.6电子商务下会计发展对策

### 9.2电子商务对企业成本的影响

#### 9.2.1电商企业成本透析

#### 9.2.2对成本节约的作用

#### 9.2.3企业战略成本策略

### 9.3电子商务对现代企业管理的影响

#### 9.3.1对现代企业管理的影响

#### 9.3.2对现代企业管理的作用

#### 9.3.3对企业现金管理的影响

#### 9.3.4电商下企业管理应对策略

### 9.4电子商务环境下中小企业发展分析

#### 9.4.1中小企业电子商务发展现状

#### 9.4.2中小企业开展电商面临的问题

#### 9.4.3中小企业实施电子商务对策

## 第十章2017-2020年电子商务在不同领域的应用

### 10.1农村电子商务

#### 10.1.1农村电商发展历程

#### 10.1.2主要运行模式分析

#### 10.1.3农村电商市场规模

#### 10.1.4农村电商发展特点

#### 10.1.5农村电商发展问题

#### 10.1.6农村电商发展策略

### 10.2零售业电子商务

#### 10.2.1对零售行业的影响

#### 10.2.2零售业挑战与变革

#### 10.2.3电商下的零售新模式

#### 10.2.4电商下零售发展现状

10.2.5零售电商发展策略

10.2.6零售电商政策建议

10.3旅游业电子商务

10.3.1旅游电商体系结构

10.3.2在线旅游市场规模

10.3.3在线旅游竞争分析

10.3.4旅游电商面临问题

10.3.5旅游电商品牌策略

10.3.6旅游电商发展方向

10.4医药电子商务

10.4.1行业发展历程

10.4.2行业发展现状

10.4.3行业发展问题

10.4.4行业发展建议

10.4.5企业发展战略

10.5汽车行业电子商务

10.5.1汽车电商发展状况

10.5.2二手车电商发展规模

10.5.3二手车电商竞争分析

10.5.4汽车后市场电商概述

10.5.5汽车电商发展问题

10.5.6汽车电商发展策略

10.5.7汽车电商发展趋势

第十一章电子商务安全及诚信体系

11.1电子商务安全概述

11.1.1电商安全的含义

11.1.2电商的安全要素

11.1.3电商安全的现状

11.1.4电商的安全问题

11.1.5树立电商安全理念

11.2电子商务网络信息安全

11.2.1主要信息安全技术

11.2.2数字认证授权机构

11.2.3电商信息安全协议

#### 11.2.4 电商信息安全策略

### 11.3 企业电子商务网站的安全

#### 11.3.1 电商网站安全的意义

#### 11.3.2 电商网站的系统安全控制

#### 11.3.3 电商网站的数据安全控制

#### 11.3.4 网络交易平台的安全控制

### 11.4 移动电子商务安全

#### 11.4.1 移动电商安全研究意义

#### 11.4.2 移动电商的安全隐患

#### 11.4.3 移动电商的安全对策

#### 11.4.4 电商中支付安全问题

#### 11.4.5 电商中支付安全对策

### 11.5 电子商务诚信建设发展分析

#### 11.5.1 主要电商信用模式分析

#### 11.5.2 电商信用危机原因透析

#### 11.5.3 电商诚信建设发展现状

#### 11.5.4 电商诚信建设主要挑战

#### 11.5.5 电商诚信建设发展趋势

## 第十二章 2017-2020年网上支付市场分析

### 12.1 中国网上支付发展概述

#### 12.1.1 网上支付发展历史

#### 12.1.2 网上支付市场需求

#### 12.1.3 网上支付实现条件

#### 12.1.4 网上支付价值分析

### 12.2 中国网上支付用户的调研情况

#### 12.2.1 2020年网上支付用户规模

#### 12.2.2 网民网上支付应用使用率

### 12.3 中国网上支付市场发展分析

#### 12.3.1 网络支付服务市场发展

#### 12.3.2 移动支付发展阶段分析

#### 12.3.3 2020年移动支付规模

#### 12.3.4 网络支付服务发展前景

### 12.4 中国网络购物市场网上支付分析

#### 12.4.1 2020年网络购物情况

- 12.4.22020年网购用户分析
- 12.4.3网络购物市场发展现状
- 12.4.4市场配套服务情况
- 12.5中国航空客票市场网上支付分析
  - 12.5.1机票代理演变历程
  - 12.5.2航空网上支付规模
  - 12.5.3在线机票市场分析
  - 12.5.4网上支付存在隐患
  - 12.5.5机票普及发展障碍
- 12.6中国网上银行分析
  - 12.6.1网上银行产业链结构
  - 12.6.2中国网上银行的特点
  - 12.6.32020年网上银行规模
  - 12.6.4发展问题及发展策略

### 第十三章2017-2020年电子商务物流业发展分析

- 13.1电商物流概念及模式
  - 13.1.1电子商务物流的定义
  - 13.1.2电子商务物流的优势
  - 13.1.3电子商务环境下物流模式
- 13.2中国电子商务物流发展综述
  - 13.2.1市场竞争格局
  - 13.2.2企业配送模式
  - 13.2.3重大动态情况
  - 13.2.4B2B物流模式
  - 13.2.5B2C配送模式
  - 13.2.6C2C配送模式
- 13.3网络购物物流业的发展
  - 13.3.1网购物流市场规模
  - 13.3.2网购物流相互促进
  - 13.3.3网购物流面临挑战
  - 13.3.4农村网购物流态势
  - 13.3.5网购物流发展趋势
  - 13.3.6网购物流发展思路
- 13.4电商物流行业存在的问题及发展策略

- 13.4.1行业困境分析
- 13.4.2产业发展瓶颈
- 13.4.3面临主要挑战
- 13.4.4行业发展建议
- 13.4.5行业应对策略
- 13.4.6行业发展战略
- 13.5中国电商物流行业前景预测
- 13.5.1电商物流市场空间
- 13.5.2电商物流发展趋势
- 13.5.3铁路电商物流前景
- 13.5.4跨境电商物流前景

#### 第十四章2017-2020年中国电子商务行业的政策环境

- 14.1中国电子商务行业政策综述
- 14.1.1行业行政主管部门介绍
- 14.1.2行业主要政策法规汇总
- 14.1.3电子商务相关立法状况
- 14.1.4网上争议解决机制建设
- 14.1.5电子商务政策发展趋势
- 14.22017-2020年中国电子商务标准化发展分析
- 14.2.1电子商务标准化建设情况
- 14.2.2电子商务标准国际化进展
- 14.2.3电子商务标准化发展趋势
- 14.32017-2020年中国电子商务市场规范治理政策分析
- 14.3.1质量监管政策
- 14.3.2虚假宣传治理
- 14.3.3诚信体系建设
- 14.3.4知识产权保护
- 14.3.5重点领域治理
- 14.42017-2020年中国电子商务细分领域主要政策解析
- 14.4.1跨境电商相关政策
- 14.4.2农村电商相关政策
- 14.4.3工业电商相关政策
- 14.52017-2020年中国主要省市电子商务行业重点政策解读
- 14.5.1广东省

14.5.2山东省

14.5.3四川省

14.5.4河北省

14.5.5江西省

14.5.6湖北省

14.5.7浙江省

## 第十五章国内外电子商务重点企业分析

### 15.1环球资源

- 1、企业发展简况分析
- 2、企业产品服务分析
- 3、企业发展现状分析
- 4、企业竞争优势分析

### 15.2亚马逊

- 1、企业发展简况分析
- 2、企业产品服务分析
- 3、企业发展现状分析
- 4、企业竞争优势分析

### 15.3阿里巴巴

- 1、企业发展简况分析
- 2、企业产品服务分析
- 3、企业发展现状分析
- 4、企业竞争优势分析

### 15.4京东

- 1、企业发展简况分析
- 2、企业产品服务分析
- 3、企业发展现状分析
- 4、企业竞争优势分析

### 15.5焦点科技

- 1、企业发展简况分析
- 2、企业产品服务分析
- 3、企业发展现状分析
- 4、企业竞争优势分析

### 15.6生意宝

- 1、企业发展简况分析



2、企业产品服务分析

3、企业发展现状分析

4、企业竞争优势分析

15.7 慧聪集团

1、企业发展简况分析

2、企业产品服务分析

3、企业发展现状分析

4、企业竞争优势分析

15.8 敦煌网

1、企业发展简况分析

2、企业产品服务分析

3、企业发展现状分析

4、企业竞争优势分析

第十六章 2021-2026年中国电子商务发展前景及趋势分析

16.1 中国电子商务行业前景展望

16.1.1 发展机遇分析

16.1.2 未来发展方向

16.1.3 行业发展趋势

16.2 中国电子商务细分行业发展趋势

16.2.1 电商服务业的走势

16.2.2 跨境电商发展趋势

16.2.3 农村电子商务态势

16.3 2021-2026年中国电子商务行业预测分析

16.3.1 2021-2026年中国电子商务行业影响因素分析

16.3.2 2021-2026年中国网上零售交易规模预测

附录

附录一：《电子商务法》

附录二：《电子商务“十三五”发展规划》

图表目录

图表1 我国电子商务发展历程

图表2 2020年全球各地区网民渗透率

图表3 2017-2020年全球主要信息通信技术变化情况

图表4 2021-2026全球零售及电子商务零售相关数据及预测

图表52021-2026全球各地区电子商务零售额及预测

图表62020年全球各地区电商零售相关数据

图表72017-2020年日本国内B2C市场规模和电商化率

图表8日本国内B2B市场规模和电商化率

图表92020年韩国网络零售交易状况

图表10韩国移动端零售业发展情况

图表11俄罗斯电子商务零售额及增长率

图表122017-2020年印度电子商务规模

图表132020年新西兰网购品类占比

图表详见报告正文……（GY YX）

## 【简介】

中国报告网是观研天下集团旗下打造的业内资深行业分析报告、市场深度调研报告提供商与综合行业信息门户。《2020年中国电子商务市场分析报告-行业格局现状与盈利前景预测》涵盖行业最新数据，市场热点，政策规划，竞争情报，市场前景预测，投资策略等内容。更辅以大量直观的图表帮助本行业企业准确把握行业发展态势、市场商机动向、正确制定企业竞争战略和投资策略。本报告依据国家统计局、海关总署和国家信息中心等渠道发布的权威数据，以及我中心对本行业的实地调研，结合了行业所处的环境，从理论到实践、从宏观到微观等多个角度进行市场调研分析。

它是业内企业、相关投资公司及政府部门准确把握行业发展趋势，洞悉行业竞争格局，规避经营和投资风险，制定正确竞争和投资战略决策的重要决策依据之一。本报告是全面了解行业以及对本行业进行投资不可或缺的重要工具。观研天下是国内知名的行业信息咨询机构，拥有资深的专家团队，多年来已经为上万家企业单位、咨询机构、金融机构、行业协会、个人投资者等提供了专业的行业分析报告，客户涵盖了华为、中国石油、中国电信、中国建筑、惠普、迪士尼等国内外行业领先企业，并得到了客户的广泛认可。

本研究报告数据主要采用国家统计局数据，海关总署，问卷调查数据，商务部采集数据等数据库。其中宏观经济数据主要来自国家统计局，部分行业统计数据主要来自国家统计局及市场调研数据，企业数据主要来自于国家统计局规模企业统计数据库及证券交易所等，价格数据主要来自于各类市场监测数据库。本研究报告采用的行业分析方法包括波特五力模型分析法、SWOT分析法、PEST分析法，对行业进行全面的内外部环境分析，同时通过资深分析师对目前国家经济形势的走势以及市场发展趋势和当前行业热点分析，预测行业未来的

发展方向、新兴热点、市场空间、技术趋势以及未来发展战略等。

更多好文每日分享，欢迎关注公众号

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/hulianwang/477368477368.html>